

*MULTI EFFECT ANALYSIS OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
BUYING DECISION THROUGH ONLINE SHOP BLACKBERRY*

By

LUSIANA ALI

Abstract

This study aims to determine and prove the significant influence of multi-attribute products (product quality, features and design) on consumer purchasing decisions through the online shop blackberry. By using simple regression analysis. Sample was taken from the students of UPN "VETERAN" JAKARTA especially the Faculty of Economics and Management who uses blackberry. By using SPSS 21. This study used a sample of 130 respondents, 30 and 100 research trials. The results showed that the product, price, place and promotion have strong relationships and positive impact on customer loyalty. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.

Keywords: Quality Products, Features, Design and Purchasing Decisions

**ANALISIS PENGARUH MULTI ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI *ONLINE SHOP*
*BLACKBERRY***

Oleh

LUSIANA ALI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh signifikan multi atribut produk (kualitas produk, fitur dan desain) terhadap keputusan pembelian konsumen melalui *online shop blackberry*. Dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana. Sampel yang dilakukan diambil dari mahasiswa- mahasiswi UPN “ VETERAN” JAKARTA khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen yang menggunakan *blackberry*. Dengan menggunakan SPSS 21. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 130 responden, 30 uji coba dan 100 penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fitur, Desain dan Keputusan Pembelian.